

INOVASI PELAYANAN JASA PENGIRIMAN PAKET TERHADAP TINGKAT KEPUASAN MASYARAKAT PADA PT. POS INDONESIA

Ayu Oktabrianti¹, Zaili Rusli², dan Febri Yuliani³

¹Program Studi Magister Ilmu Administrasi

²Program Studi Magister Ilmu Administrasi

³Program Studi Magister Ilmu Administrasi

Abstract

Service Delivery Innovation on Services PT. Pos Indonesia (Persero) Pekanbaru, Advised by Zaili Rusli dan Febri Yuliani. *This research background is motivated by the era of globalization and the industrial revolution that requires humans to always work quickly and precisely. In all forms of work carried out based on technology so that creativity and innovation is an absolute urgency to do. Service becomes one of the main object that is constantly changing according to the development of the times and existing technology. User satisfaction is one indicator of the success of services performed both in public and private sector organization. The research purpose was to determine the innovation of package delivery the innovation of package delivery services at PT. Pos Indonesia (Persero) Pekanbaru. This research uses a qualitative research method approach. Primary data obtained directly through interviews form informants, namely service managers, service staff, couriers, and the community. The research results indicate that the implementation of package delivery service innovation in PT. Pos Indonesia (Persero) Pekanbaru has not yet achieved the expected results, where in the implementation there are still constraints in the form of availability of adequate internet networks in each region so that access in the use of the FastPost application is still not achieved with maximum.*

Key words : innovation, service

1. Pendahuluan

Era globalisasi dan revolusi industri menuntut manusia untuk selalu bekerja cepat dan tepat. Segala bentuk pekerjaan dilakukan. Transisi dari berbagai era juga menyebabkan meningkatnya mobilitas manusia dalam melakukan berbagai kegiatan terutama dibidang perekonomian yang termasuk didalamnya mengenai sarana atau jasa. Melalui Undang-Undang Nomor 9 tahun 1969 (UU No. 9 Th. 1969) Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di kelompokkan menjadi tiga bentuk yaitu, Perusahaan Jawatan (Perjan), Perusahaan Umum (Perum), Perusahaan Perseorangan (Persero). Perusahaan perseorangan (persero) adalah BUMN yang berbentuk perseorangan terbatas yang modalnya terbagi dalam saham yang seluruh atau paling sedikit 51% (lima puluh satu persen) sahamnya dimiliki oleh Negara Republik Indonesia. PT. Pos Indonesia (persero) pemegang

tanggung jawab atas pemenuhan kebutuhan masyarakat akan jasa pos yang dalam kegiatannya akan menghasilkan keuntungan serta menambah kas negara, dimana sedikit banyak telah menambah pendapatan negara yang selanjutnya dapat digunakan sebagai modal pembangunan. Dengan berbasis teknologi dan komputerisasi memudahkan terjadinya konektivitas pemberi layanan dengan masyarakat. Pengiriman barang dan jasa pos menjadi salah satu hal yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat baik itu kalangan umum, pemerintah maupun perusahaan-perusahaan industri. Perilaku konsumtif serta mudahnya berbagai akses untuk mendapatkan dan mengirim barang menjadi daya dukung bahwa pelayanan jasa pengiriman barang selalu dibutuhkan masyarakat

Peningkatan kualitas pelayanan dilakukan dengan menghasilkan berbagai inovasi yang visioner. Adanya

analisa mendalam mengenai realita kebutuhan pasar yang dituangkan sebagai informasi utama untuk menghasilkan inovasi yang mendukung perlu dilakukan. Peraturan Pemerintahan Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2013 Tentang Pelaksanaan Undang-undang Nomor 38 Tahun 2009 Tentang Pos, PT. Pos Indonesia (Persero) merupakan perusahaan Negara yang memberikan pelayanan publik yang memiliki komitmen untuk memberi pelayanan yang terbaik bagi konsumen. Untuk dapat bersaing dalam dunia bisnis yang berorientasi *public service*, baik pemerintah maupun swasta harus mampu berkolaborasi memberikan layanan kepada masyarakat dengan memberikan berbagai penawaran serta kemudahan dalam pelayanan, yaitu pelayanan yang mudah, lancar, cepat, tepat dan tidak berbelit-belit, mudah dipahami dan mudah dilaksanakan oleh masyarakat yang membutuhkan pelayanan secara profesional dengan didukung adanya berbagai fasilitas yang tersedia dan memadai. Jasa pengiriman barang saat ini sudah banyak persaingan dengan sektor swasta. Untuk itu PT. Pos Indonesia (persero) dituntut dapat memiliki nilai lebih dalam menghadapi persaingan dengan adanya inovasi yang unggul.

Dari data selama 3 tahun terakhir (rentang 2016-2018) PT. Pos Indonesia (Persero) Pekanbaru mengalami keluhan pelanggan yang berbeda-beda setiap tahunnya. Pada tahun 2016 terdapat sebanyak 708 keluhan, di tahun 2017 terdapat sebanyak 786 keluhan serta di tahun 2018 terdapat 639 keluhan dengan pengaduan yaitu barang terlambat sampai tujuan, kerusakan barang dan kehilangan barang. Selain faktor diatas kekurangan yang mungkin diberikan oleh karyawan pemberi jasa yang dirasakan oleh pelanggan, yang terangkum dalam 4 point berupa kecepatan, ketepatan waktu, keramahan dan kenyamanan. 4 hal tersebut akan mempengaruhi penjualan suatu produk jasa pengiriman barang/paket

Salah satu inovasi yang dilakukan oleh PT Pos Indonesia berkolaborasi dengan PT Siber Ekosistem Optima (SEO) yakni pada sector digital, salah satunya meluncurkan salah satu platform digital dalam bentuk aplikasi yang bernama FastPOS.

Adapun FastPOS ini diperuntukkan bagi customer dalam layanan pengiriman barang yang efektif dan layanan penjemputan dan pengiriman dan pengiriman logistic

dari customer. Sistem portalnya bernama QOB (Q-Online Booking). Pada pengkoneksian antara server portal FastPOS dan QOB maka akan terhubung langsung dengan kurir yang menjemput barang customer secara langsung melalui aplikasi digital. PT Pos Indonesia kolaborasi dengan SEO juga memiliki suatu program yang diperuntukkan bagi UKM agar mampu bertumbuh bersama sehingga mampu memperluas pasar, memperbaiki sector produksi, dukungann jasa logistic yang berteknologi yang terbaik ke depannya. Adapun cara untuk menikmati layanan ini dengan mengunduh aplikasi ini melalui smartphone customer secara free, lalu login ke pilihan kiriman, dengan begitu data akan langsung terkoneksi dengan operator kurir FastPOS yang langsung datang melayani pengiriman, karena sifatnya sudah on demand dan otomatis.

Pos Indonesia mempunyai kelemahan dan keunggulan produknya dalam melayani masyarakat. Adapun keunggulan dari adanya pos Indonesia dibandingkan yang seperti adanya "*Good Will*" hal ini dapat di lihat dari besarnya kepuasan yang didapat oleh konsumen yang dimiliki oleh pos Indonesia dibanding jasa lain yang sejenisnya. Namun, meskipun pos Indonesia memiliki "*Good Will*" tetapi masih memiliki kelemahan diantaranya masih kurang terkenal di banding dengan jasa pengiriman hal ini terjadi karena persepsi konsumen yang menilai bahwa pos Indonesia hanya menyediakan jasa pengiriman surat saja sedangkan tidak bisa dalam bentuk barang atau lainnya. Selain itu, ketertinggalan dalam akses online yang dialami oleh pos Indonesia. Hal ini dapat di lihat dari akses online baru ada pada tahun 2010 sedangkan pada jasa pengiriman lain yang sejenis sudah lebih dahulu memiliki akses ini. Karena kelemahan inilah yang menyebabkan konsumen lebih tertarik kepada jasa pengiriman yang lain karena meskipun harga relative mahal namun ketepatan dan kecepatan menggungguli mereka (seperti Fedex dan DHL). Adanya komplain dari pelanggan juga dapat memberikan penilaian bahwa pelayanan yang diberikan masih belum memuaskan konsumen pengguna jasa hal ini bisa kita liat dari keluhan pelanggan mengenai keterlambatan titipan pelanggan baik dalam penjemputan maupun pengantaran, kerusakan serta kehilangan titipan.

Dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan / konsumen PT. Pos Indonesia (Persero)

Pekanbaru sering mengalami kesulitan terutama karena seringnya terjadi kerusakan pada fasilitas yang dimiliki perusahaan seperti kerusakan komputer atau alat transportasi. Hal ini tentu saja menyebabkan pelayanan yang diberikan kepada konsumen tidak maksimal. Sedangkan didalam Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2009 tentang Pos pada pasal 9 mengenai Standar Pelayanan, PT. Pos Indonesia (Persero) Pekanbaru harus memperhatikan kepentingan kepastian waktu, biaya, kejelasan prosedur layanan, keamanan barang, serta sarana dan prasarana serta fasilitas layanan. Untuk menentukan berhasil atau tidaknya pelaksanaan pelayanan sangat tergantung pada manusianya juga, untuk meningkatkan pelayanan diperlukan pengembangan tugas yang mempunyai disiplin mental dan fisik yang baik. Dari uraian diatas maka diperoleh fenomena atau gejala dari lapangan antara lain :

1. Semakin banyaknya perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman barangjasa yang bermunculan.
2. Masih kurangnya pelayanan yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia (Persero) Pekanbaru baik dari faktor pemberian pelayanan maupun fasilitas yang dimiliki.
3. Kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap PT.Pos Indonesia (Persero) Pekanbaru dalam jasa pengiriman barang/paket karena masih sering dijumpai keluhan dari masyarakat tentang kerusakan barang yang mereka terima.

Berdasarkan pemaparan mengenai berbagai fenomena dan permasalahan di PT. Pos Indonesia (Persero) Pekanbaru, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Inovasi Pelayanan Jasa Pengiriman Paket Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Pekanbaru”**.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif. Adapun informan dalam penelitian ini adalah Manajemen Pelayanan Paket Pos, Staf, Kurir kirim/terima dan masyarakat pengguna jasa paketpos. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, studi pustaka dan

dokumentasi. Sedangkan proses analisis data dalam penelitian ini Aktivitas dalam analisa data yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan Moleong(2004:103).

3. Hasil

Inovasi Pelayanan Jasa Pengiriman Paket Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Pekanbaru. Menurut Sherwood dalam Ancok (2012: 48) menyusun proses inovasi dalam tiga tahapan, yaitu:

1. Memproduksi gagasan

Dalam setiap menciptakan suatu kebijakan dari sebuah kegiatan, langkah awal agar proses selanjutnya menjadi teratur dan terarah adalah membuat perencanaan. Perencanaan berisi ide-ide dan informasi lengkap sebagai pendukung proses kegiatan. Sehingga dapat menghasilkan kebijakan yang tepat guna dan berhasil guna. Pada bidang layanan yang ada PT Pos Indonesia wilayah Pekanbaru, tentunya mengawali perumusan kebijakan dengan melakukan perencanaan. Proses perencanaan dilakukan melalui rapat kerja yang dilakukan baik setiap bulan, kurun waktu per triwulan, kurun waktu per enam bulan maupun kurun waktu satu tahun sekali. Tergantung dari kebutuhan organisasi dan pegawai.

“Untuk membuat suatu perencanaan program kerja apalagi tentang program layanan kepada konsumen maka dilakukan rapat internal, yang nantinya akan membahas inovasi-inovasi terbaru untuk pelayanan. Disitu juga akan membahas rencana kerja apa saja yang akan dibuat dan program kerja apa saja yang akan dijalankan untuk satu tahun ke depan. Setelah itu, rencana tersebut diajukan kepada wakil kepala kantor dan jika disetujui maka akan diimplementasikan bentuk-bentuk inovasi-inovasi tersebut kepada bagian pengawasan unit pelayanan luar agar bisa diterapkan kepada layanan kepada konsumen.”. (Wawancara dengan manajer pelayanan, Bapak Said Maulana Malik 11/03/2020).

Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa dalam setiap perencanaan suatu program kegiatan, semuanya harus selalu mengacu kepada rencana jangka panjang ataupun jangka pendek yang telah disepakati bersama. Jadi pegawai dalam setiap perencanaan program kerja selalu mengacu pada rencana yang ada. Namun, program kerja tersebut seharusnya menyesuaikan dengan perkembangan yang dituntut setiap kurun waktunya. Sehingga perencanaan yang sesuai dengan diharapkan dan memenuhi kebutuhan organisasi.

2. Mengevaluasi Gagasan

Dalam mengevaluasi, ditarik penilaian dengan cara membandingkan antara pelaksanaan dulu dan pelaksanaan sekarang, bagaimana membuat suatu program menjadi lebih efektif dan efisien dalam pelaksanaannya. berikut pernyataannya:

“Sebelum adanya aplikasi fastpost, sering terjadi beberapa masalah-masalah dalam mengirim dan menerima barang dari customer. Adanya keluhan-keluhan dalam mengantar barang. Dengan adanya ini masalah-masalah tersebut dapat teratasi. (manajer pelayanan, Bapak Said Maulana Malik 11/03/2020)

Dari wawancara di atas, dapat diketahui bahwa selama ini sebelum menggunakan aplikasi FasPost terdapat beberapa keluhan yang menyebabkan masalah dalam mengirim dan menerima barang dari customer. Dan dengan adanya inovasi ini sedikit banyaknya memberikan kontribusi terhadap layanan prima terhadap customer.

“Setelah diterapkannya aplikasi FastPost ketepatan dan kecepatan dalam melayani pengiriman dan penerimaan barang customer dapat terdeteksi, karena dengan aplikasi ini keakuratan waktu dapat terlihat, sehingga keluhan-keluhan pelanggan seperti lamanya barang sampai kepada pelanggan, sudah bisa diminimalisir. (Wawancara dengan Staf bagian pelayanan, Bapak Afria Perizky, 18/03/2020)

Terkait dengan wawancara tersebut, kurir kirim/terima juga memberikan pemahamannya tentang program inovasi ini.

“Setelah ada aplikasi ini system pengiriman akan penerimaan lebih teratur dan terurut karena lebih cepat mengetahui lokasi pengiriman serta berapa banyak barang yang mau dikirim, pokoknya lebih berbeda dari sebelumnya” (Wawancara dengan Kurir Kirim/Terima, Riyanto Riz , 20/03/2020.)

Kemudian diikuti respon dari beberapa masyarakat penggunaan jasa paket yang ingin mengirimkan barangnya melalui jasa Pos Indonesia di wilayah Pekanbaru.

“Perbedaannya lebih efektif dan efisien dari sebelumnya, yang harus datang daftar dan lain-lain, kalau sekarang cukup dengan download aplikasi FastPost bisa langsung terintegrasi dengan layanan kirim/terima, intinya lebih gampang dan gak ribet” (Wawancara dengan Customer, Elvia , 24/03/2020.)

Dari wawancara tersebut, aplikasi FastPost yang telah diterapkan oleh PT Pos Indonesia Pekanbaru memberikan kemudahan baik pihak pos itu sendiri maupun dari pihak customer, karena lebih efektif dan efisien apalagi di tengah kesibukan aktivitas para pengguna.

3. Implementasi Gagasan

Implementasi gagasan inovatif pada PT Pos Indonesia Pekanbaru dapat dilihat dari penerapan layanan pelanggan menggunakan aplikasi FastPost (berbasis IT). Dimana aplikasi ini menjadi faktor pendukung dalam layanan customer berbasis IT. Program inovatif dalam pelayanan kepada customer adalah Aplikasi FastPos. Aplikasi FastPos diperuntukkan kepada customer yang menggunakan layanan PT Pos Indonesia diseluruh wilayah Indonesia baik mengirim/menerima barang. Aplikasi ini dapat diakses melalui *smartphone* dengan mendownload aplikasi melalui *google play* ataupun *apple store*. Dari tampilan aplikasi FastPos di atas, menu program terdiri dari pos-bike, pos-box, pos-mover, pos-pickup, pos-food, pos-beli dan pos-bayar.

*“Adapun yang termasuk dalam program pos bike, pos box, pos mover, pos pick up, pos food, pos beli, pos bayar yang sering digunakan customer, sebagai layanan yang mereka butuhkan ”(**manajer pelayanan, Bapak Said Maulana Malik 11/03/2020**).*

*“Layanan yang sering digunakan oleh customer, yakni pos bike, pos box” (Wawancara dengan **Staf bagian pelayanan, Bapak Afria Perizky, 18/03/2020**).*

Kemudian diikuti respon dari beberapa masyarakat dalam implemtasi aplikasi *FastPos* melalui jasa Pos Indonesia diwilayah Pekanbaru.

*“Saya menggunakan layanan pos box karena saya memiliki usaha kecil yang saya akan kirim ke luar pekanbaru. ”(**Wawancara dengan Customer, Liya , 24/03/2020**).*

Dari wawancara tersebut, kita dapat mengetahui bahwa aplikasi *FastPos* memberikan inovasi pelayanan terhadap *Customer*, yang memerlukan jasa pengiriman dan penerimaan di PT Pos Indonesia yang bertujuan untuk lebih mempermudah komunikasi dikedua pihak (*Customer* dan PT.Pos Indonesia).

Namun, dalam kenyataannya setelah diperkenalkannya aplikasi ini. Masih menemukan kendala dalam pelaksanaannya.

*“Dalam pelaksanaan *FastPos* masih terdapat kendala salah satunya jaringan yang kurang memadai disetiap pelosok daerah, sehingga menyebabkan noise pada waktu yang dibutuhkan dalam kirim/terima barang, intinya keberadaan jaringan masih belum cukup memadai”(**Wawancara manajer pelayanan, Bapak Said Maulana Malik 11/03/2020**)*

Hal ini harus secepatnya ditemukan solusinya agar aplikasi *FastPos* ini dapat berjalan dengan optimal. Sehingga dapat dipergunakan dengan baik oleh pihak Pos Indonesia maupun bagi customer da;am menggunakannya. Akan sering ditemui perubahan-perubahan yang bertujuan agar suatu aplikasi dapat lebih memudahkan penggunanya. Untuk itu staf harus berusaha keras dalam memahami inovasi-inovasi pada bagian IT. Karena perubahan-perubahan yang terjadi dari kendala-kendala yang muncul pada akhirnya akan menciptakan aplikasi atau program yang jauh lebih berkualitas dari sebelumnya.

4. Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia salah satu center dari terjadinya inovasi, karena merekalah factor penggerak dari terlaksananya sebuah atau banyaknya inovasi. Ketidakmampuan dalam menggerakkan SDM akan mengakibatkan terhambatnya inovasi produk pada suatu industry.

*“Tanpa adanya staf layanan serta kurir maka sangat tidak mungkin terjadinya komunikasi dengan pengguna walaupun di organisasi ini memiliki IT yang terbaru. Sebagaimana pun IT yang dimiliki tetap membutuhkan SDM dalam menggerakkan inovasi-inovasi yang ada, Jadi kemahiran staf bagian layanan dan kurir dalam implementasi *fastpos* sangat dibutuhkan, agar tidak terjadi gaptek, dalam hal ini pihak kamu sudah melakukan training sebelum disosialisasikan kepada pengguna mengenai aplikasi ini”.*(**Wawancara manajer pelayanan, Bapak Said Maulana Malik 11/03/2020**)

Dari wawancara tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa keberadaan manusia masih dibutuhkan walaupun ada IT di suatu organisasi. Karena manusia merupakan factor penggerak dari manfaat IT dalam pemberian layanan kepada pelanggan.

5. Budaya Perusahaan

Budaya perusahaan suatu jembatan yang dapat menyukkseskan inovasi-inovasi tersebut. Sehingga dengan begitu sangat berpengaruh terhadap SDM yang ada di dalamnya untuk dapat berinovasi secara terus menerus. Jika disuatu perusahaan memiliki iklim budaya yang tidak kondusif baik itu dari segi kepemimpinan maupun lainnya otomatis akan mempengaruhi terhadap inovasi pada suatu produk yang terhambat untuk terealisasikan atau bahkan terjadi kegagalan.

*“Adanya team work yang baik akan menyebabkan inovasi yang ada dengan mudah diterapkan dan dirasakan manfaatnya bagi semua pihak baik itu pemberi layanan (Pos Indonesia) maupun pengguna” (**Wawancara dengan Staf bagian pelayanan, Bapak Afria Perizky, 18/03/2020**)*

6. Strategi Perusahaan

Jika strategi perusahaan berhasil diterapkan maka dapat dipastikan berdampak pada bertambahnya pengguna layanan jasa yang ada pada Pos Indonesia.

“Dalam penggunaan aplikasi fastpos ini pihak kami melakukan sosialisasi kepada para pengguna dimasa 1 minggu pertama mulai adanya aplikasi ini. Tujuannya agar memberikan edukasi tentang penggunaan, manfaat dan keuntungan jika melakukan pengiriman/penerimaan paket melalui aplikasi ini. Dengan begitu pengguna mengerti akan manfaat adanya aplikasi ini, dan keuntungannya apa saja. Ini adalah salah satu trik dari kami untuk menarik pelanggan agar menggunakan layan jasa dari Pos Indonesia ini.” (**Wawancara manajer pelayanan, Bapak Said Maulana Malik 11/03/2020**).

7. Tingkat Persaingan

Untuk meningkatkan persaingan sebuah perusahaan harus melakukan inovasi produk unggulannya sehingga dengan begitu customer akan memilih produk unggulan tersebut dari pada produk pesaing. Jadi jika tingkat pesainagn semakin tinggi akan mempengaruhi terhadap inovasi-inovasi yang berkualitas yang didapat sehingga mamapu memberikan progress terhadap kemajuan perusahaan.

“Aplikasi ini tidak hanya akses mengirim dan menerima barang dari pelanggan melainkan adapilihan menu lain yang tersedia misalnya ada Pos bayar (pembayaran BPJS, listrik dll), Pos food (untuk memesan dan membayar makanan via online) dan menu-menu aplikasi lainnya yang terdapat dalam fastpos in. Sehingga menarik perhatian pengguna bahwa aplikasi ini memiliki banyak fungsi dan keuntungan selain dari pengirim dan penerima barang.sehingga hal ini menjadi pembeda dengan inovasi yang terdapat pada produk pesaing” (**Wawancara manajer pelayanan, Bapak Said Maulana Malik 11/03/2020**).

Dengan adanya keunggulan dari *FastPos* ini maka memberikan perbedaan dengan produk inovasi dari para

pesaing. Dengan begitu hal ini dapat menarik pelanggan untuk menggunakan produk ini dari yang lain.

8. Factor Lingkungan

Tuntutan lingkungan untuk melakukan pekerjaan dengan cepat, tepat dan akurat dan berdampak pada perusahaan yang terus menerus beradaptasi mengikuti perkembangan zaman menjadikan salah satu pengaruh Pos Indonesia melakukan inovasi-inovasi terbaru.Inovasi-inovasi tersebut diharapkan dapat menjadikan aktivitas yang ada di Pos Indonesia semakin mudah dan cepat, sehingga berdampak kepada kepuasan pelanggan.

“Hadirnya aplikasi FastPos ini sangat membantu bagi para kurir dalam melakukan aktivitasnya terutama dalam mengirim/menerima barang dari pelanggan, sehingga sedikit banyaknya mampu mengurangi banyaknya waktu yang digunakan para kurir dalam melakukan aktivitasnya. Singkatnya, lebih efektif dan efisien dari sebelumnya.” (**Wawancara manajer pelayanan, Bapak Said Maulana Malik 11/03/2020**).

Dengan hadirnya inovasi ini mampu memberikan perubahan-perubahan dalam aktivitas kerja bagi para kurir untuk melayani pelanggan-pelanggan yang mempercayai Pos Indonesia sebagai jasa pengiriman/penerima barang dari pelanggan. Dengan begitu tuntutan lingkungan yang menginginkan segala aspek dituntut untuk cepat, tepat, dan akurat menjadikan salah satu aspek untuk adanya inovasi ini (*FastPos*).

4. Pembahasan

PT. Pos Indonesia (persero) menyediakan jasa dengan banyak produk, salah satunya adalah layanan paketpos. Peraturan Pemerintahan Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2013 Tentang Pelaksanaan Undang-undang Nomor 38 Tahun 2009 Tentang Pos, PT. Pos Indonesia (Persero) merupakan perusahaan Negara yang memberikan pelayanan publik yang memiliki komitmen untuk memberi pelayanan yang terbaik bagi konsumen. Jasa pengiriman barang saat ini sudah banyak persaingan dengan sektor swasta. Dalam hal ini PT. Pos Indonesia dituntut dapat memiliki nilai lebih dalam menghadapi persaingan yaitu melalui peningkatan kualitas pelayanannya. Peningkatan kualitas pelayanan dilakukan

dengan menghasilkan berbagai inovasi yang visioner. Adanya analisa mendalam mengenai realita kebutuhan pasar yang dituangkan sebagai informasi utama untuk menghasilkan inovasi yang mendukung perlu dilakukan. Keluhan masyarakat yang selama ini ditampung menjadi tolak ukur dalam melakukan perbaikan pelayanan. PT. Pos Indonesia (Persero) di daya dukung bahwa pelayanan jasa pengiriman barang selalu dibutuhkan masyarakat. Dalam menyusun inovasi terbagi dalam tiga tahapan Menurut Sherwood dalam Ancok (2012: 48)) adalah sebagai berikut:

- a. Memproduksi gagasan
Pada tahapan ini gagasan dimunculkan sebanyak mungkin, baik secara individual maupun dalam kegiatan curah pendapat (*brainstorming*) dari sejumlah orang.
- b. Mengevaluasi gagasan
Tahapan evaluasi pada dasarnya adalah tahapan pengambilan keputusan mengenai gagasan mana yang bisa diteruskan menjadi sebuah produk inovatif, dan gagasan mana yang harus ditanggihkan implementasinya, atau ditolak.
- c. Mengimplementasikan gagasan
Implementasi suatu gagasan memerlukan banyak dukungan, mulai dari dukungan pimpinan unit yang bersedia menjadi sponsor gagasan hingga ke pihak yang lebih tinggi. Dilanjutkan dengandukungan pimpinan puncak untuk melaksanakan gagasan agar menjadi sebuah produk. Selain itu diperlukan adanya system organisasi yang mendukung proses inovasi
Hal ini juga harus dilihat dari factor pendukung dan penghambat agar mengetahui sejauh mana inovasi tersebut di rasakan manfaatnya. Adapun factor pendukung dan penghambat terbagi menjadi dua yakni:
 - a. Faktor Internal yakni Sumber Daya Manusia (SDM), Budaya Perusahaan, dan Strategi Perusahaan.
 - b. Faktor Eksternal yakni tingkat Persaingan dan Factor Lingkungan.

5. Kesimpulan

Inovasi Pelayanan Jasa Pengiriman Paket Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Pekanbaru dilihat dari proses inovasi terdiri dari memproduksi gagasan, mengevaluasi gagasan dan mengimplementasikan gagasan. Memproduksi gagasan inovasi dalam biro organisasi diterapkan dalam pelaksanaan rapat kerja perencanaan kegiatan dan kebijakan. Sedangkan mengevaluasi gagasan diterapkan dalam bagaimana cara menerapkan program berbasis IT dalam setiap pekerjaan dan dibandingkan dengan program sebelumnya yang belum tersentuh *FastPos*, dan mengimplementasikan gagasan diterapkan dalam menggunakan *FastPos*.

Adapun Faktor mempengaruhi kemampuan inovasi Pelayanan Jasa Pengiriman Paket Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat Pada PT. Pos Indonesia (Persero) yaitu faktor SDM, budaya perusahaan, strategi perusahaan, tingkat persaingan, dan faktor lingkungan.

Dan masih terdapat kendala dalam pengimplementasian aplikasi berupa ketersediaan jaringan internet yang merupakan factor yang berpengaruh dalam penggunaan inovasi ini (*fast post*).

Daftar Rujukan

- Abdurrahman, Oemi. 2001. Dasar-Dasar Public Relations. Bandung. Penerbit Citra Aditya Bakti
- A.S. Moenir, 2010. Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia. Jakarta. Bumi Aksara
- Atep, Adya Barata. 2004. Dasar-dasar Pelayanan Prima. Elex Media Komputindo. Jakarta
- Napitupulu, Paiman. 2007. Pelayanan Publik & Customer Satification. PrinsipPrinsip Dasar agar Pelayanan Publik Lebih Nerorientasi Pada dan Kepentingan Masyarakat. Bandung. Alumnii. Nasution,
- Pasolong, Harbani. 2010. Teori Administrasi Publik, Alfabeta, Bandung.

- Purwoastuti, Endang dan Elisabeth Siwi Walyani. 2015. Mutu Pelayanan Kesehatan dan Kebidanan. Jakarta. Pustaka Baru Press
- Rambat Lupiyoadi. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat
- Rogers, Everett M. 1983. Diffusion of Innovations. London. The Free Press.
- Rogers, Everett M. 1995, Diffusions of Innovations, Forth Edition. New York: Tree Press
- Rogers, Everett M dan Shoemaker, F.F. 1971, Communication of Innovations, London. The Free Press
- Sedarmayanti. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia Reformasi Birokrasi Dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Sitorus, Monang. 2009. Manajemen Pelayanan Publik. Bandung. Unpad Press
- Sugiono. 2017. Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D, Bandung. Alfabeta
- Sugiyono. 2012. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Udin Syaefudin Sa'ud. 2014. Inovasi Pendidikan, cet ke-VII. Bandung. Alfabeta
- Zulkarimen. 2001. Komunikasi Pembangunan. Jakarta. Raja Grafindo Persada.